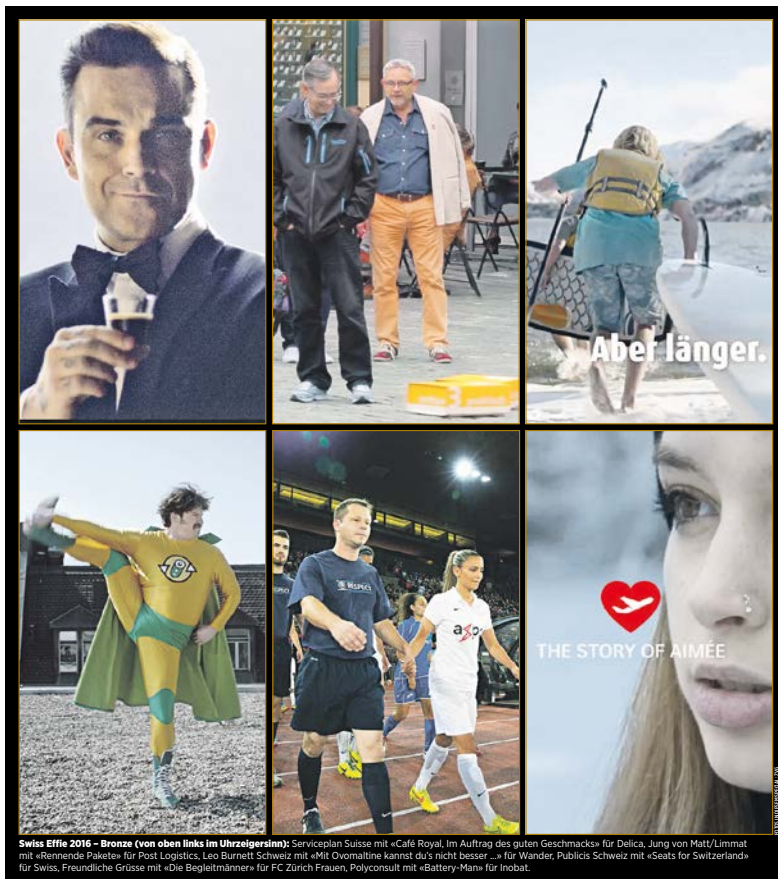


Special

Effizienz in der Werbung



Swiss Effie 2016 – Bronze (von oben links im Uhrzeigersinn): Serviceplan Suisse mit «Café Royal», im Auftrag des guten Geschmacks für Delica, Jung von Matt/Limmat mit «Rennt die Pakete» für Post Logistics, Leo Burnett Schweiz mit «Mit Openline kannst du's nicht besser.» für Wander, Publicis Schweiz mit «Seats for Switzerland» für Swiss, Freundliche Grüsse mit «Die Begleitmänner» für FC Zürich Frauen, Polyconsult mit «Battery-Mans» für Inobat.

Zehn neue Kategorien

Dieses Jahr wurde der Swiss Effie zum ersten Mal nicht nach Branchen, sondern nach Aufgaben und Anlässen vergeben. SEITE 51

Die Besten der Besten

Die Verantwortlichen der Werbeagenturen mit den goldwürdigen Projekten erklären das Geheimnis hinter ihren Kreationen. SEITE 52

«Werbung nicht mehr des Bösen»

Geris Aebi, Präsident des Verbandes Leading Swiss Agencies und Mitinhaber der Wirz Gruppe, über Langweiliges und Gutes. SEITE 54

Geschäftsmodell «media4goods»

Limmatkontor vermittelt abschreibungsbedrohte Waren. Doch statt Geld erhalten die verkauften Firmen Medialeistungen. SEITE 57

Digitale Treiber für den Wandel

Die täglich generierte Fülle von Daten gilt als das neue Öl. So schafft man Relevanz. Und so profitieren auch KMU. SEITE 60

VERANTWORTLICH FÜR DIESEN SPECIAL: NORMAN C. BANDI

FOTO-PORTFOLIO

Die Bilder zeigen die total 22 Siegerkampagnen in Gold, Silber und Bronze des Swiss Effie, der am 19. Mai 2016 in Zürich verliehen wurde. Die Jury beurteilte Effektivität und Effizienz.



Impressum: Der Special «Effizienz in der Werbung» ist eine redaktionelle Eigenbeilage der «Handelszeitung» und Bestandteil der aktuellen Ausgabe. Herausgeber: Redaktion und Verlag, «Handelszeitung», Ringier Axel Springer Schweiz, 8021 Zürich.

Herausforderungen

Swiss Effie zeichnet traditionell Kampagnen aus, die nachweisbar effektiv sind. Heute rückt die Vielfalt der Aufgaben in den Mittelpunkt.

Erreichen Sie
88 000 Leserinnen
und Leser in Ihrer
Zielgruppe

Durchschlagkraft behalten haben, so prämiert werden wie Kampagnen kurzfristig wirken und Kunden zu solidem Käuferverhalten bewegen. Oder es konnten Kampagnen auf die Thron gehoben werden, denen eine neue Marke im Markt anknüpfen. Oder es war nun möglich, den «Davids» zu ehren, die mit kleineren Budgets, aber brillanter im Wettbewerb mit den «Goliaths» erhand gewinnen.

Neudefinition der Regeln macht die als Award der Schweizer Werbebranche aussergewöhnlicher und noch wertvoller, weil er die sehr unterschiedlichen

Kompetenzen in den Mittelpunkt rückt, die mit dem immer breiter und spezialisierter werdenden Aufgabenportfolio der Marketingkommunikation einhergehen. Aufgrund der zahlreichen auf die Digitalisierung zurückzuführenden Entwicklungen schreitet die Spezialisierung in der Werbebranche ungebrochen voran. Um beispielsweise Höchstleistungen bei der Durchführung von Brand Events zu erbringen, sind ganz andere Qualifikationen erforderlich, als wenn es darum geht, im Online-Kontext mit Live-Tracking-Tools die Customer Journey auf Basis responsiver Designs zu erklären und zu prognostizieren, um massgeschneidert mit den Kunden interagieren zu können.

Die Aufgabenstellung der Marketingkommunikation ist zweifellos vielfältiger, spannender und damit auch herausfordernder geworden. Dass diese Herausforderungen gemeistert werden können, demonstrieren die Gewinner des Swiss Effie 2016. Die Schöpfer der Siegerkampagnen haben beeindruckende Lösungen gefunden, um mit handwerklich herausragend gearbeiteter und an originellen kreativen Ideen ausgerichtetem Marketingkommunikation die vielfältigen Aufgaben effektiv und effizient zu erfüllen.

Torsten Tomczak, Jury-Präsident, Swiss Effie 2016, Direktor, Forschungsstelle für Customer Insight und Center for Innovation, Universität St. Gallen (HSG).

SWISS EFFIES 2018

Die Swiss Effies 2018 sind der Anlass für dieses praxisorientierte Special in der Handelszeitung am 17. Mai 2018

SWISS EFFIES 2018

Werbung wirkt. Aber welche Werbeausgaben lohnen sich wirklich, welche Kampagne zahlt sich am Ende aus? Mit anderen Worten: Welche konkrete Werbung ist effizient – und warum? Der Verband der führenden Kommunikationsagenturen in der Schweiz, Leading Swiss Agencies, zeichnet mit dem «Swiss Effie Award 2018» bereits zum 17. Mal alle zwei Jahre erfolgreiche Marketing-Kommunikation aus. In 12 Kategorien wird am 15. Mai 2018 jeweils Gold, Silber und Bronze verliehen. Neu dabei sind die Kategorien «Media» und «Brand Campaign».

Die eingereichten Kampagnen werden für ihre messbare Marktleistung oder für ihre kreative Idee gewürdigt. In ihrem aktuellen Special «Werbung – Swiss Effie Award» präsentiert die «Handelszeitung» aber nicht nur alle Gewinner, sondern beleuchtet auch, wie sich die Effizienz und auch die Effektivität von Kampagnen messen lässt, lässt Experten zu den aktuellen Themen zu Wort kommen und untersucht, wie die Zukunft der Werbung aussehen könnte.

ERSCHEINUNGSDATEN

Titel	Erscheinung	Anzeigenschluss	Druckmaterialschluss
Werbung	17.05.2018	10.05.2018	14.05.2018

PREISE, KUNDENKONDITIONEN UND LESER

Seitenformat	Breite x Höhe in mm	Preis Brutto in CHF, sw	Preis Brutto in CHF, 4c
1/1 Seite	291 x 438	9 500	13 500
2. US	291 x 438		16 200
Junior Page Mini	173 x 250	4 893	6 954
Junior Page Maxi	232 x 300	7 159	10 173
1/2 Seite quer	291 x 219	5 985	8 505
2/5 Seite	114 x 438	4 689	6 664
1/3 Seite quer	291 x 145	3 963	5 631
1/4 Seite quer	291 x 110	3 006	4 272
1/5 Seite hoch	114 x 219	3 484	4 950

THEMEN

- Die Sicht der Forschung:** Wie die Wissenschaft heute zur Messung von Werbung steht
- Romandie:** Ticken die Uhren für erfolgreiche Werbung anders? Und wie?
- Mediaagenturen:** Ihr Business ist nicht einfach. Was macht bei ihnen den Erfolg aus?
- Rück- und Ausblick:** Der Standpunkt des abtretenden LSA-Präsidenten Roman Hirsbrunner
- Influencer:** Effizienz-Schlüssel oder Werbegag? Die Sicht des Auftraggebers
- Edelmetall:** Welche Kampagnen am Swiss Effie Award die Gewinner sind.

Konditionen

Anzeigenpreise gültig ab 01.01.2018; alle Angaben in CHF brutto. BK/JUP 15%, zzgl. 7,7% MwSt. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen unter www.admeira.ch.

Kennzahlen Handelszeitung

Verbreitete Auflage: 38 259 Exemplare
 Leserschaft: 88 000 Leserinnen und Leser
 Reichweite: 1,8%
 Männer/Frauen: 68,8%/31,2%

Quelle: MACH 2018-1, deutsche Sprachgruppe, 4 805 000 Personen

Kontakt

Admeira
 Michael Germann
michael.germann@admeira.ch
 Tel. +41 58 909 98 16

Anlieferung Druckmaterial

Ringier Print Adligenswil
handelszeitung@ringier.ch